

LAPORAN TUGAS AKHIR
STRATEGI PEMASARAN
POTENSI WISATA ARUNG JERAM
SERAYU ADVENTURE INDONESIA
DI KABUPATEN BANJARNEGARA
DENGAN METODE ANALISIS SWOT DAN BENCHMARKING



Diajukan Kepada Universitas Muhammadiyah Surakarta untuk
memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Sarjana Teknik Industri

Oleh :
Firdaus Nur Sya'bana
D 600 070 042

JURUSAN TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2012

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul STRATEGI PEMASARAN POTENSI WISATA ARUNG JERAM SERAYU ADVENTURE INDONESIA DI KABUPATEN BANJARNEGARA DENGAN METODE ANALISIS SWOT DAN BENCHMARKING telah diuji dan dipertahankan dihadapan Dewan penguji Tugas Akhir sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Hari/Tanggal :

Jam :

Menyetujui:

Tim Penguji

Tanda Tangan

1. Muchammad Djunaidi, ST, MT

2. Ir. Muhammad Musrofi

3. A Kholid Al Ghofari, ST,MT

4. Indah Pratiwi, ST,MT

Mengetahui:

Dekan Fakultas Teknik

Ketua Jurusan Teknik Industri

(Ir. Agus Riyanto, MT.)

(A. Kholid Al Ghofari, ST, MT.)

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI PEMASARAN POTENSI WISATA ARUNG JERAM SERAYU ADVENTURE INDONESIA DI KABUPATEN BANJARNEGARA DENGAN METODE ANALISIS SWOT DAN BENCHMARKING

Hari/Tanggal :

Jam :

Disusun Oleh:

Firdaus Nur Sya'bana
D 600 070 042

Mengesahkan:

Pembimbing I

Pembimbing II

(Muchammad Djunaidi, ST, MT)

(Ir. Muhammad Musrofi)

PERSEMBAHAN

Laporan Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. *Ibuku tercinta dan almarhum Ayahku, Keluargaku dan Saudaraku yang memberiku semangat dan motivasi untuk tetap semangat menjalani kehidupan.*
2. *Saudara ku Teknik Industri UMS 2007, you can if you think you can brother !!!.*
3. *Para sahabat sahabat ku semuanya, semangat menjalani kehidupan ini.*
4. *Pembaca yang budiman.*

MOTTO:

“ن وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ”

Nun, demi pena dan apa yang mereka tulis

(QS. Al-Qalam: 1)

“You can if you think you can”

Kamu bisa jika kamu berpikir kamu bisa

(Penulis)

“man jadda wa jadda “

siapa yang bersungguh-sungguh, pasti akan berhasil

(Syair Arab)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb,

Alhamdulillah *rabbi'l'alam*, puji serta syukur senantiasa kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, dan hidayah-Nya kepada kita semua. Sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir dengan judul ” STRATEGI PEMASARAN POTENSI WISATA ARUNG JERAM SERAYU ADVENTURE INDONESIA DI KABUPATEN BANJARNEGARA DENGAN METODE ANALISIS SWOT DAN BENCHMARKING” sebagai salah satu syarat kelulusan program sarjana Jurusan Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam penyusunan laporan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Ir. Agus Riyanto, MT yang terhormat selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak A Kholid Al Ghofari, ST, MT yang terhormat selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Muchammad Djunaidi, ST, MT dan Bapak Ir. Muhammad Musrofi selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan dan arahan dalam penyelesaian laporan Tugas Akhir ini.
4. A Kholid Al Ghofari, ST, MT dan Ibu Indah Pratiwi, ST, MT selaku penguji Tugas Akhir yang telah memberikan koreksi dan saran agar perbaikan yang lebih baik.
5. Kedua Orang Tua yang penulis cintai dan banggakan, beserta keluarga dan semua saudaraku, Tante Emi, Om Rafli, Tante Leli, Om Edi, Tante Atien,

Tante Ari, Mbak Mela, Mbak Irma, Mas Wildan dan semuanya yang tidak saya sebutkan, terimakasih atas bantuan kalian semua, semoga Allah membalas dengn yang lebih baik. Amin.

6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberi bekal ilmu kepada penulis selama masa kuliah.
7. Serayu Adventure Indonesia dan Banyu Wong Adventure yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melakukan *survei* dan penelitian di sana.
8. Semua teman - teman Teknik Industri UMS angkatan 2007, dengan segala bentuk canda tawa dan kebersamaan kita selama ini. Handoko S, Agus R, Miswar A, Fajar T, Rezki M, Safitri, Sri Widyastuti, Fajar H, Eko S, Andi T, K Hayun K, Budi T, Rully C Alex, Dwi Y, “Bergalau ria bersama TA”. Fendhi N, Tri H, Lucky P, Wahyu T, Bayu C, Norma P, Fara Dhina, Bayu T, Sapto B, Nur Seto M, Winarsih, Sutadi “Semangat semangat”. Cahya H, Andri S, “Terimakasih atas dukungan dan doanya”..
9. Teman-teman Kontrakan Pertiwi semuanya, Mas Aan, Pedhut, Pithek, Tomblok, Kenthus, Kipli, Dendi, Tungki, Danu, Fajar. Terimakasih atas bantuan dan dukungannya.

Jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran atau kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

Akhir kata, penulis berharap Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, Maret 2012

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAKSI.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah dan Asumsi.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
 BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pariwisata	7
2.1.1 Pengertian Pariwisata	7
2.2.2 Batasan Pengunjung	8

2.1.3 Jenis-Jenis Pariwisata	9
2.1.4 Bentuk-Bentuk Pariwisata	11
2.1.5 Sifat Khusus Industri Pariwisata	13
2.1.6 Keunggulan dan Peluang Pariwisata Indonesia	14
2.1.7 Penawaran Pariwisata	17
2.1.8 Konsep Strategi Pemasaran Pariwisata	19
2.2 <i>Benchmarking</i>	21
2.2.1 Pengertian <i>Benchmarking</i>	21
2.2.2 Hubungan Perencanaan Strategis dengan <i>Benchmarking</i>	22
2.2.3 Tipe Studi <i>Benchmarking</i> Berdasarkan Sumber Data	24
2.2.4 Langkah-Langkah Proses <i>Benchmarking</i>	27
2.3 Pemasaran	28
2.3.1 Pengertian Pemasaran	28
2.3.2 Bentuk-Bentuk Strategi Pemasaran	29
2.4 Matrik SWOT	39
2.5 Tinjauan Pustaka	42

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	43
3.2 Teknik Pengumpulan Data	43
a. Observasi	43
b. <i>Focus Group Discussion</i>	43
c. Kuisioner	44

d. Studi Pustaka.....	44
3.3 Metode Pengumpulan Data	44
3.3.1 Metode Proses Analisa SWOT dan Benchmarking.....	44
3.4 Kerangka Pemecahan Masalah.....	46
 BAB IV PENGOLAHAN DAN ANALISA DATA	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	47
4.1.1 Profil Perusahaan.....	47
4.2 Pengumpulan Data.....	48
4.2.1 Metode Pengumpulan Data	48
4.2.2 Alat Pengumpulan Data.....	49
4.2.3 Analisis Data.....	50
4.2.4 Etika Penelitian.....	50
4.3 Pengolahan Data	51
4.3.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kondisi dan Situasi Perusahaan Serayu Adventure Indonesia.....	51
4.3.2 Kondisi Umum Perusahaan Banyu Wong Adventure	57
4.3.3 Analisis SWOT.....	61
4.4 Analisis Data	71
4.4.1 Anaisis Strategi.....	71
4.4.2 Analisis Strategi Pemasaran	74
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Daftar Produk yang Tersedia	54
Tabel 4.2	Daftar Harga Paket Produk	56
Tabel 4.3	Daftar Produk yang Tersedia	57
Tabel 4.4	Daftar Harga Paket Produk	60
Tabel 4.5	Rekapitulasi Hasil Kuisioner pada Faktor Internal	63
Tabel 4.6	Rekapitulasi Faktor Internal untuk Mengetahui Rating	64
Tabel 4.7	IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>)	64
Tabel 4.8	Rekapitulasi Hasil Kuisioner pada Faktor Eksternal	65
Tabel 4.9	Rekapitulasi Faktor Eksternal untuk Mengetahui Rating	66
Tabel 4.10	EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>)	66
Tabel 4.11	Analisis SWOT	67
Tabel 4.12	Benchmarking Kondisi Serayu Adventure Indonesia dengan Banyu Wong Adventure	69
Tabel 4.13	Tabel Paket Dayung Serayu Adventure Indonesia	70
Tabel 4.14	Tabel Paket Dayung Banyu Wong Adventure	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Penerapan <i>Benchmarking</i> Strategis	24
Gambar 2.2	Matrik SWOT	40
Gambar 3.1	Kerangka Pemecahan Masalah	46
Gambar 4.1	Logo Perusahaan	47
Gambar 4.2	Posisi Kuadran dengan Analisis SWOT	68

ABSTRAKSI

Kepariwisataan merupakan salah satu dari aktifitas manusia untuk memenuhi kesenangan hati, kebutuhan jasmani dan rohani. Pariwisata dapat mendatangkan keuntungan pada daerah yang berusaha mengembangkan kegiatan pariwisata. Kabupaten Banjarnegara merupakan salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang termasuk dalam kawasan wisata yang terkenal dengan aset wisata alam, wisata budaya dan buatan manusia, salah satunya yaitu obyek wisata Arung Jeram yang berada di Sungai Serayu yang terletak di Kabupaten Banjarnegara yang merupakan salah satu sungai yang besar dan memiliki arus cukup deras di Jawa Tengah.

Untuk itu diperlukan pengelolaan pemasaran kepariwisataan di Kabupaten Banjarnegara dengan baik supaya dapat menarik investor masuk dan memajukan industri pariwisata di Kabupaten Banjarnegara, maka diperlukan metode yang tepat dalam penerapannya. Metode yang tepat digunakan yaitu analisis SWOT dan *benchmarking*. Metode ini adalah untuk meningkatkan mutu potensi wisata yang ada dapat tergarap dengan baik berikut dengan penentuan strategi pemasarannya. Tujuan peningkatan mutu adalah dalam rangka untuk pemuasan *stakeholders*.

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah: Strategi yang diterapkan untuk Serayu Adventure Indonesia yang sesuai dengan nilai IFAS yaitu sebesar 2,23 dan nilai EFAS yaitu sebesar -0,3 dari analisis SWOT adalah Strategi ST (Strenght dan Threats). Yaitu dengan memaksimalkan kekuatan dan meminimalkan ancaman yang ada.

Kata Kunci: Arung Jeram, Benchmarking, SWOT.